

(19)日本国特許庁 (J P)

(12) 公 開 特 許 公 報 (A)

(11)特許出願公開番号  
特開2002-133284  
(P2002-133284A)

(43)公開日 平成14年5月10日(2002.5.10)

(51)Int.Cl. <sup>7</sup>	識別記号	F I	テーマコード* (参考)	
G 0 6 F 17/60	3 2 6	G 0 6 F 17/60	3 2 6	5 B 0 4 9
	3 1 6		3 1 6	5 B 0 7 5
	5 0 4		5 0 4	
17/30	1 1 0	17/30	1 1 0 F	
	1 7 0		1 7 0 Z	
審査請求 未請求 請求項の数12 O L (全 18 頁) 最終頁に続く				

(21)出願番号 特願2000-330358(P2000-330358)

(22)出願日 平成12年10月30日(2000.10.30)

(71)出願人 300034219

エレクトロニック・サービス・イニシアチ  
ブ有限会社

香川県高松市元山町735番地3

(72)発明者 大垣 靖男

香川県高松市元山町735番地3 エレクト  
ロニック・サービス・イニシアチブ有限会  
社内

(74)代理人 100089222

弁理士 山内 康伸

Fターム(参考) 5B049 AA02 AA06 BB36 BB49 EE05  
FF01 GG00

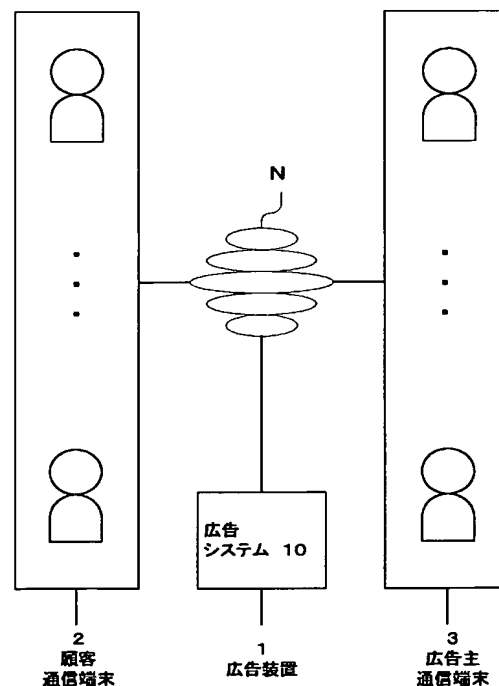
5B075 ND20 NR12 PP13 PP23 PQ02  
PQ05

(54)【発明の名称】 広告システム、これを記録したコンピュータ読み取り可能な記録媒体および広告装置

(57)【要約】

【課題】顧客が広告を検索する際のパフォーマンスを向上させ、商品の購入プロセスの効率化が可能で、広告主は自分が要求する顧客アピール度に応じて広告入札価格の高低を決定でき、顧客と広告主の利便性を向上させ、広告主は広告のみではなく商品を必要とする顧客の公募情報を収集し、必要時に顧客と商談することができ、顧客はより本質的に必要とする商品自体の有用性等を考慮した上で商品購入の検討ができ、顧客が商品等の良し悪しをより客観的に判断でき、広告主は安心して電子会議室で商談できる。

【解決手段】商品ID毎に、商品情報を格納して管理する商品データベースDB16と、商品ID毎、広告ID毎に、広告情報を格納して管理する広告データベースDB15と、商品ID毎、広告ID毎、広告対象ID毎に、広告対象情報を格納して管理する広告対象データベースDB10とを備えている。





## 【特許請求の範囲】

【請求項1】 広告主通信端末との間および顧客通信端末との間で通信網を介して通信可能な管理サーバで動作しうるシステムであって、商品ID毎に、商品情報を格納して管理する商品データベースと、商品ID毎、広告ID毎に、広告情報を格納して管理する広告データベースと、商品ID毎、広告ID毎、広告対象ID毎に、広告対象情報を格納して管理する広告対象データベースとを備えたことを特徴とする広告システム。

【請求項2】 前記広告対象データベースが、前記広告対象情報を、階層化された分類別に格納して管理していることを特徴とする請求項1記載の広告システム。

【請求項3】 広告主プロフィール情報が格納されており、該広告主プロフィール情報が前記顧客通信端末から検索条件として指定可能であり、前記広告主プロフィール情報を検索キーにして前記広告対象データベースから広告を検索するための検索手段を備えたことを特徴とする請求項1記載の広告システム。

【請求項4】 顧客プロフィール情報が格納されており、該顧客プロフィール情報が前記広告主通信端末から広告対象となる顧客の条件として指定可能であり、前記顧客プロフィール情報を検索条件にして前記広告対象データベースから広告先を絞り込むための絞り込み手段を備えたことを特徴とする請求項1記載の広告システム。

【請求項5】 広告ID毎、入札ID毎に、広告の入札情報を格納して管理する入札データベースと、複数の広告が順位付けして表示される広告表示ウェブページと、広告主の入札価格の順に、広告の表示優先順位を決定する表示優先順位決定手段とを備えたことを特徴とする請求項1記載の広告システム。

【請求項6】 広告主通信端末と顧客通信端末との間で商談を行うための電子会議室を備えたことを特徴とする請求項1記載の広告システム。

【請求項7】 前記電子会議室が、公募による公募手段を備えたことを特徴とする請求項1記載の広告システム。

【請求項8】 前記電子会議室に入室する顧客のプロフィール情報を非公開にする顧客匿名手段を備えたことを特徴とする請求項1記載の広告システム。

【請求項9】 前記電子会議室に入室する広告主のプロフィール情報を非公開にする広告主匿名手段を備えたことを特徴とする請求項1記載の広告システム。

【請求項10】 電子会議室において、広告主と顧客との間でやりとりされる商談内容の公開を一部制限する商談内容公開制限手段を備えたことを特徴とする請求項1記載の広告システム。

【請求項11】 請求項1、2、3、4、5、6、7、8、9または10記載の広告システムが記録されたことを特徴とするコンピュータ読み取り可能な記録媒体。

【請求項12】 請求項11記載のコンピュータ読み取り可能な記録媒体を備えたことを特徴とする広告装置。

## 【発明の詳細な説明】

## 【0001】

【発明の属する技術分野】 本発明は、広告システム、これを記録したコンピュータ読み取り可能な記録媒体および広告装置に関する。

## 【0002】

【従来の技術】 従来の広告システムにおいて、広告料金の設定主体、分類項目の階層化および電子会議室の匿名性の3点について以下に説明する。

## 【0003】 A. 広告料金の設定主体

アクセス頻度の高いウェブページには、視聴率が高いテレビ番組と同様に、スポンサーがつく。宣伝効果が高いからである。ウェブページを使用した広告の代表例として、バナー広告がある。バナー広告は、ウェブページの所定の場所に表示される小さな見出し画像であり、この画像に会社や商品等の広告内容が表示されたものである。ここでいう商品とは、製品だけでなく製品とサービスの両方をいう。多数のバナー広告が表示されているウェブページにおいて、顧客の目につきやすい表示エリアは人気が高く、それだけバナー広告料金も高く設定されている。バナー広告の料金はウェブページの管理者が表示エリア毎に一方的に設定しており、広告主は自社の予算に応じて表示エリアを決定している。

## 【0004】 B. 分類項目の階層化

従来より検索者は、単一の階層化された分類項目と複数の階層化されていない分類項目から、知りたい情報を検索していた。例えば、図書検索システムの場合、書籍の種類に関する人文、科学などが階層化された分類項目、著者・出版社などが階層化されていない分類項目として情報が整理され、検索されていた。また、インターネットのショッピングサイトの場合、商品分類（コンピュータ、家電製品、音楽、書籍など）が階層化された分類項目、価格・商品名・製造者・販売者などが階層化されていない分類項目として情報が整理され、検索されていた。

## 【0005】 C. 電子会議室の匿名性

従来、商談は実際に人々が会議室に集まり行われていた。通常相手の身元は事前に確認済みであったり、比較的容易に相手の身元を確認することが可能であった。また、実際に会って会議をした場合、匿名性を維持する事は比較的困難であった。他方、インターネットを利用した会議室システムの場合は、匿名性が高く、参加者間での情報公開を制限する仕組みは存在したが、不特定・特定多数の利用者間で、身元情報の確認や電子会議室の参加者間での情報交換を制限する仕組みはなかった。

## 【0006】

【発明が解決しようとする課題】 しかるに、従来の広告システムは、広告料金の設定主体の点で、以下の(A1)に示す問題がある。

(A1) 従来の広告システムでは、ウェブページの管理



者が広告料金を一方的に設定しているため、広告主が広告に対するコストパフォーマンスの適正を判断して広告料金を設定することが困難であった。つまり、従来の広告システムにおける広告料金は、あらかじめ決められた固定料金または固定単価によって決定されていた。広告主は自身の価値観に基づいた広告料金を設定することを強く望んでいるが、これを実現する機能を備えた広告システムは従来なかった。

【0007】また、従来の広告システムは、分類項目の階層化の点で以下の（Ｂ１）～（Ｂ１０）に示す問題がある。

（Ｂ１）階層化された分類項目を２つ以上持っていないので、検索の容易性を継承しつつ、細かく分類することができない。

（Ｂ２）階層化されていない分類項目の項目数を増やすと、項目の選択が難しくなる。

（Ｂ３）広告主が想定する広告対象を効果的に絞り込んで設定することができない。

（Ｂ４）商品情報と広告情報が分離して別々に管理されていなかったため、同じ商品の広告を広告対象別に効果的に広告を行えなかった。

（Ｂ５）顧客（検索者）が必要とする商品を効果的に絞り込むことが難しかった。通常、商品の選択を行う場合、顧客自身の業種、業務などを対象としている商品を選択するが、インターネット上の広告システムでは商品分類のみ階層化され細分化されている。かかる広告システムにおいては、業種・業務などが十分に細分化されていないため、目的とする商品を効果的かつ容易に検索できなかった。

（Ｂ６）同じ広告検索条件でも顧客プロフィール別に異なる広告を効率的に表示できなかった。顧客プロフィールを広告システムが保持している場合や、顧客プロフィール毎に異なる広告や検索結果を提供する場合には、そのプロフィール情報を広告システムから読み出した後、このプロフィール情報を検索条件として広告情報や検索対象情報を検索する必要があったため、比較的複雑な検索・抽出処理が必要であった。

（Ｂ７）従来の広告システムは、商品分類のみを階層化した分類項目として情報が整理・保存されていた。このため、顧客（検索者）の業務や業種等を検索条件として設定できる場合も、これらの分類項目は十分に細分化・階層化されていない分類項目であったため、効果的かつ効率的に検索することが難しかった。さらに、最近では細分化された特定用途・業種向けの商品も多く、また複数の用途・業種にも利用可能な商品が多く販売され、商品分類を細分化するのみでは検索効率や広告効率を向上させることは難しかった。

（Ｂ８）従来の広告システムでは、商品情報を格納するデータベースと広告情報を格納するデータベースは同一であったか、１対１の関係を持っていた。この為、顧客

の分類別に異なる広告を行うことはできなかった。さらに、従来の広告システムは広告対象別に異なる広告を効率的に行うためのデータベースも保持していなかった。顧客が商品を検索する際、多くの関連した情報を保持する多くのデータベースを検索する必要があった場合、データベースを複数設置する等の手法を用いてパフォーマンスを向上させる手法を容易に利用できなかった。

（Ｂ９）従来の広告システムでも、広告主の情報に比べ広告される商品の仕様などの情報は比較的容易に入手可能または検索可能である。しかし、顧客が商品を購入する場合、その広告主の所在地、資本金、従業員数などのプロフィール情報が購入を決定する際の重要な要素となる場合も多い。従来の広告システムには、広告主のプロフィール情報を組み合わせて広告の絞り込み検索を行えるものはなかった。

（Ｂ１０）商品（広告）情報が整理されたシステムの場合、例えばＣＡＤソフトウェアを購入するユーザーは同じ製造業であっても自動車製造業、電気機械製造業、電子機械製造業等、業種に用途・使用方法が異なるため、すべてのＣＡＤソフトウェアを広告されても顧客自身の業種とは全く関係のないＣＡＤソフトが広告される。顧客（検索者）にとっては必要とする商品を見つけるためには、必要のない製品や広告も参照しなければならなかった。これを防ぐために、業種分類を細分化し項目の項目数を増すことも可能だが、単純に項目数を増やすと、選択肢が多すぎた場合は適合する業種分類の選択が煩雑・困難になる。

【0008】さらに、従来の広告システムは、電子会議室の匿名性の点で以下の（Ｃ１）～（Ｃ１０）に示す問題がある。

（Ｃ１）従来の広告システムでは、広告しか行うことができず、広告の効果として発生する広告主と顧客との間の商談を行うことができなかった。ここでいう商談とは価格交渉のみではなく、商品の仕様の問い合わせなども含む。顧客側は、規格化された商品を除く多くの商品の仕様や提供方法、実績、提案内容などの商品情報を知り、これらの商品情報を総合的に評価・検討する必要がある場合が多い。しかし、従来の広告システムでは商談を行うための電子会議室が提供されていなかった。

（Ｃ２）従来の広告システムは、広告主が顧客に対して商品に関する情報を提供する形式であった。このため、顧客が必要とする商品を効果的に募集したり、広告主は、自社の商品を必要とする顧客の公募情報を収集できず、商談のチャンスを逃していた。

（Ｃ３）インターネットにおける商取引や情報交換のメリットは相手の身元が簡単に特定できない点にある。一般に広告主が商品を顧客に提案する際、広告主は顧客の具体的な特徴を考慮した上で提案をおこなう。しかし、まったく新規に商品を購入する場合や既存サービス・商品の入れ替えを行う場合、現状にとらわれず革新的な提



案を期待する場合など、顧客が匿名性を保ちたい場合がある。

(C4) 一方、顧客は広告主の匿名性を保ちたい場合、すわなち広告主のプロファイル情報を知りたくない場合もある。技術革新の早い現在においては、中小の企業が提供する商品がもっとも顧客のニーズに適している場合もおおい。広告主の身元を知った上で各企業の提案を判断した場合、本来もっとも重視すべき商品自体の有用性よりも、企業名などのネームバリューにより購入元決定の判断が左右される可能性が考えられる。

(C5) 広告主は自身が電子会議室に投稿した情報が競合他社に漏洩することを不安に感じ、安心してネットワーク上で商談することができない。

(C6) インターネットを利用した電子会議室システムの場合、参加者の身元が不明確であった

(C7) 電子会議室システム参加者の間での情報公開設定が出来なかったため、取引先毎に別の電子会議を開催したり個別に連絡する必要があった。

(C8) 取引条件などを含む商談を複数の取引先と同時に行うには従来の会議室システムでは不適切であった。

(C9) 顧客は自身を匿名とし、商品の購入交渉(商談)を行いたい場合があったが、そのような場所は提供されていなかった。

(C10) 顧客は取引先(広告主)を匿名として、広告主のプロファイル情報を知らずに、商品の購入交渉(商談)を行いたい場合があったが、そのような場所は提供されていなかった。

【0009】本発明はかかる事情に鑑み、(1)顧客が広告を検索する際のパフォーマンスを向上させることができ、(2)商品の購入プロセスの効率化が可能となり、(3)広告主は自分が要求する顧客アピール度に応じて広告入札価格の高低を決めることができ、(4)顧客と広告主の利便性を向上させることができ、(5)広告主は広告を行うのみではなく自身が提供する商品が必要とする顧客の公募情報を収集し、必要とあれば顧客と商談することができ、(6)顧客はより本質的に必要とする商品自体の有用性や自社ニーズに対する適合性を考慮した上で商品購入の検討ができ、(7)顧客が商品や提案の良し悪しをより客観的に判断でき、(8)広告主は自身が会議室に投稿した情報が競合他社に漏洩する危険を意識することなく安心して商談を電子会議室で行うことができる広告システム、これを記録したコンピュータ読み取り可能な記録媒体および広告装置を提供することを目的とする。

【0010】

【課題を解決するための手段】請求項1の広告システムは、広告主通信端末との間および顧客通信端末との間で通信網を介して通信可能な管理サーバで動作しうるシステムであって、商品ID毎に、商品情報を格納して管理する商品データベースと、商品ID毎、広告ID毎に、

広告情報を格納して管理する広告データベースと、商品ID毎、広告ID毎、広告対象ID毎に、広告対象情報を格納して管理する広告対象データベースとを備えたことを特徴とする。請求項2の広告システムは、請求項1記載の発明において、前記広告対象データベースが、前記広告対象情報を、階層化された分類別に格納して管理していることを特徴とする。請求項3の広告システムは、請求項1記載の発明において、広告主プロファイル情報が格納されており、該広告主プロファイル情報が前記顧客通信端末から検索条件として指定可能であり、前記広告主プロファイル情報を検索キーにして前記広告対象データベースから広告を検索するための検索手段を備えたことを特徴とする。請求項4の広告システムは、請求項1記載の発明において、顧客プロファイル情報が格納されており、該顧客プロファイル情報が前記広告主通信端末から広告対象となる顧客の条件として指定可能であり、前記顧客プロファイル情報を検索条件にして前記広告対象データベースから広告先を絞り込むための絞り込み手段を備えたことを特徴とする。請求項5の広告システムは、請求項1記載の発明において、広告ID毎、入札ID毎に、広告の入札情報を格納して管理する入札データベースと、複数の広告が順位付けして表示される広告表示ウェブページと、広告主の入札価格の順に、広告の表示優先順位を決定する表示優先順位決定手段とを備えたことを特徴とする。請求項6の広告システムは、請求項1記載の発明において、広告主通信端末と顧客通信端末との間で商談を行うための電子会議室を備えたことを特徴とする。請求項7の広告システムは、請求項1記載の発明において、前記電子会議室が、公募による公募手段を備えたことを特徴とする。請求項8の広告システムは、請求項1記載の発明において、前記電子会議室に入室する顧客のプロファイル情報を非公開にする顧客匿名手段を備えたことを特徴とする。請求項9の広告システムは、請求項1記載の発明において、前記電子会議室に入室する広告主のプロファイル情報を非公開にする広告主匿名手段を備えたことを特徴とする。請求項10の広告システムは、請求項1記載の発明において、電子会議室において、広告主と顧客との間でやりとりされる商談内容の公開を一部制限する商談内容公開制限手段を備えたことを特徴とする。請求項11のコンピュータ読み取り可能な記録媒体は、請求項1、2、3、4、5、6、7、8、9または10記載の広告システムが記録されたことを特徴とする。請求項12の広告装置は、請求項11記載のコンピュータ読み取り可能な記録媒体を備えたことを特徴とする。

【0011】請求項1の発明によれば、商品情報と広告情報を分離して管理することにより、1つの商品に対して、顧客に応じて別々の広告を行うことができる。また、広告対象データベースには広告に必要なすべての情報が格納されているため、データベースの複製を作成す



る事により容易に複数のデータベースサーバーの設置を行えるので、顧客が広告を検索する際のパフォーマンスを向上させることができる。請求項2の発明によれば、広告対象データベースに広告対象情報が階層化された分類別に格納して管理されているので、広告主が想定する広告対象を効果的に絞り込んで設定することができる。請求項3の発明によれば、顧客が検索を行う際に、広告主のプロファイル情報を利用して検索対象を絞り込むことができるので、顧客は個別に広告主のプロファイル情報を調査する必要がなくなり、商品の購入プロセスの効率化が可能となる。つまり、顧客は、広告主のプロファイル情報を検索絞り込み情報とともに利用することにより、別途に調査、検索、情報の参照を行う必要性がなくなり、顧客の利便性を向上させることができる。他方、広告主は、自社の商品を購入しない顧客からの問い合わせを未然に防ぐなどの効果を期待できる。請求項4の発明によれば、広告主が商品広告を行う際に、顧客のプロファイル情報を利用して広告対象を絞り込むことができるので、広告主は個別に顧客のプロファイル情報を調査する必要がなくなり、商品広告の効率化が可能となる。つまり、広告主は、顧客のプロファイル情報を広告対象絞り込み情報として利用することにより、別途に調査、情報の参照を行う必要性がなくなり、広告主の利便性を向上させることができる。また同様の仕組みを用いて、予算等に応じて広告対象を絞り定める。請求項5の発明によれば、表示優先順位決定手段によって広告主の入札価格の高低により表示優先順位が決定されるので、入札価格が高ければ高い程、広告表示ページに掲載される広告の表示優先順位は高くなり、顧客に対するアピール度を高くすることができる。つまり、入札価格と顧客アピール度との相関関係を高くすることができるから、需要と供給のバランスにより合理的な価格を設定することができる。したがって、広告主からの入札により広告の価格を設定することができる。また、表示優先順位決定手段によって、定期的に表示優先順位を変更することにより、広告主は自分が要求する顧客アピール度に応じて入札価格の高低を決めることができる。請求項6の発明によれば、電子会議室を設けることによって、広告の効果として発生した商談を行うことができ、従来は別途に行う必要のあった商談プロセスをシステム上で行うことができ、顧客と広告主の利便性を向上させることができる。請求項7の発明によれば、広告主が広告を登録する際に、広告対象として設定した条件に一致する顧客プロフィールをもつ顧客から商品の募集があった場合に、公募手段によって、広告主は電子会議室の参加依頼通知の設定を行うことができる。これにより、広告主は広告を行うのみではなく自身が提供する商品を必要とする顧客の公募情報を収集し、必要とあれば顧客と商談することができる。請求項8の発明によれば、顧客匿名手段によって、顧客を匿名とすることにより、顧客はより本質的

に必要とする商品自体の有用性や自社ニーズに対する適合性を考慮した上で商品購入の検討が可能となる。請求項9の発明によれば、広告主匿名手段によって、広告主を匿名とすることにより、顧客はより本質的に必要とする商品自体の有用性や自社ニーズに対する適合性を考慮した上で商品購入の検討ができる。請求項10の発明によれば、商談内容公開制限手段によって、広告主と顧客との間でやりとりされる商談内容を一部非公開にして公開を制限することができるから、広告主は自身が会議室に投稿した情報が競合他社に漏洩する危険を意識することなく安心して商談を電子会議室で行うことができる。請求項11の発明によれば、広告システムをコンピュータで読み取ることができる。請求項12の発明によれば、広告システムを動作させることができる。

#### 【0012】

【発明の実施の形態】つぎに、本発明の実施形態を図面にに基づき説明する。図1は本実施形態の広告装置1のネットワーク図である。同図において、符号2は、インターネットや専用線、VPN等の通信網を示している。この通信網Nを介して、広告装置1には、多数の顧客の通信端末2（以下顧客通信端末2という）および多数の広告主の通信端末3（以下広告主通信端末3という）が通信可能に接続されている。インターネットを介して広告装置1と通信する場合、顧客通信端末2および広告主通信端末3には、それぞれウェブブラウザをインストールしておけばよい。なお、前記顧客通信端末2および広告主通信端末3は、コンピュータであっても携帯電話であってもよい。

【0013】広告装置1のハードディスクやDVDディスク、CD-ROM等のコンピュータ読み取り可能な記録媒体には、広告システム10（以下単に広告システム10という）が記録されており、広告装置1上で動作可能にインストールされている。広告システム10が記録されたコンピュータ読み取り可能な記録媒体も、広告装置1と同様に、本発明の一実施形態である。なお、広告システム10を動作させるOSは、LinuxやUNIX（登録商標）、WindowsNT/2000/98等、特に限定されない。なお、広告システム10のデータベースマネジメントシステムは、リレーショナルデータベースやオブジェクトリレーショナルデータベース、オブジェクトデータベース等、特に限定されない。なお、広告システム10を記述するプログラミング言語は、HTML、XML、Perl、C、JAVAX（登録商標）等、特に限定されない。

【0014】図2および図3はいずれも広告システム10のデータベース構成図である。同図に示すように、広告システム10は、構成部品データベースとして、広告対象DB10～投稿DB43を備えており、また、後述する処理プログラム21～23およびウェブページW0～W9を備えている。データベース中の符号PK、FKはそれぞれ主キー、外部キーを示している。



【0015】まず、データベースを説明する。部署分類DB11は、部署分類ID毎に、部署分類名を格納して管理するデータベースである。業務分類DB12は、業務分類ID毎に、業務分類名を格納して管理するデータベースである。業種分類DB13は、業種分類ID毎に、業種分類名を格納して管理するデータベースである。商品分類DB14は、商品分類ID毎に、商品分類名を格納して管理するデータベースである。

【0016】上記のごとく、業種分類も階層化され細分化されているため、顧客（検索者）が必要とする商品を容易に検索でき、広告主は同じ商品であっても顧客セグメント別に適切な広告が可能となる。

【0017】広告DB15は、広告ID毎に、広告情報を格納して管理するデータベースである。広告DB15は、商品IDを外部キーとして有している。広告情報としては、広告のタイプ、契約、広告文、ホームページ、問合せ先、表示順序、表示位置等を格納しておけばよい。

【0018】商品DB16は、商品ID毎に、商品情報を格納して管理するデータベースである。商品情報としては、商品情報、商品説明、ホームページ、問合せ先等を格納しておけばよい。ここでいう商品とは、製品だけでなく製品とサービスの両方をいう。

【0019】広告対象DB10は、広告対象ID毎に、広告対象情報を格納して管理するデータベースである。広告対象DB10は、外部キーとして、広告ID、商品ID、部署分類ID、業務分類ID、業種分類ID、商品分類IDを備えている。広告対象情報としては、広告のタイプ、資本金（広告主と顧客）、従業員数（広告主と顧客）、予算規模、株式公開状態（広告主と顧客）、地域、検索者の業種分類ID、検索者の部署分類ID、表示優先順序、表示位置、公募通知、その他の広告対象情報等を格納すればよい。

【0020】前記広告対象DB10、広告DB15および商品DB16に、広告情報と商品情報を分離して管理することにより、1つの商品に対して、顧客に応じて別々の広告を行うことができる。また、広告対象DB10には広告に必要なすべての情報が格納されているため、複数のデータベースサーバーの設置を容易に行えるので、顧客が広告を検索する際のパフォーマンスを向上させることができる。

【0021】広告入札DB21は、広告入札ID毎に、広告入札情報を格納して管理するデータベースである。広告入札DB21は、外部キーとして、商品分類ID、業種分類ID、部署分類IDおよび業務分類IDを備えている。

【0022】入札DB22は、入札ID毎に入札情報を格納して管理するデータベースである。入札DB22は、外部キーとして、広告入札IDおよび広告対象IDを備えている。入札情報としては、入札価格等を格納すればよい。

【0023】下位組織DB31は、下位組織ID毎に、ポリシー情報等の下位組織情報を格納して管理するデータベースである。下位組織DB31は、外部キーとして、部署分

類IDを備えている。下位組織DB31を設けることによって、広告主側には、部署単位での広告管理を可能にしたり、部署分類により、異なる広告を顧客に対して行うことができる、というメリットがある。

【0024】ルート組織DB32は、ルート組織ID毎に、ルート組織情報を格納して管理するデータベースである。ルート組織情報としては、資本金、従業員数、株式公開状態、ポリシー情報を格納すればよい。ルート組織DB32を設けることによって、会社などの組織全体のプロフィールを効率的に管理できるとともに、広告システム利用方法等に関して、組織としてのポリシーを徹底させることができるというメリットがある。

【0025】個人DB33は、個人ID毎に、個人タイプおよびプロフィール情報等の個人情報を格納して管理するデータベースである。前記プロフィール情報には、顧客のプロフィール情報と広告主のプロフィール情報が混在に格納されているが、個人タイプの値によって区別できるようになっている。つまり、個人タイプに顧客を示す値が格納されている場合には、プロフィール情報を顧客のプロフィール情報として区別し、個人タイプに広告主を示す値が格納されている場合にはプロフィール情報を広告主のプロフィール情報として区別している。個人DB33は、外部キーとして、ルート組織ID、下位組織IDを備えている。個人情報としては、部署分類ID、業務分類ID、業種分類IDを格納しておけばよい。

【0026】また、個人DB33は、プロフィール情報を保持しているため、顧客プロフィール（資本金、従業員数、業種、所在地など）別に同じ分類条件でもプロフィール情報を利用してさらに顧客別に最適化された広告が可能となる。

【0027】図3に示すように、電子会議室DB41は、電子会議室ID毎に、電子会議室情報を格納して管理するデータベースである。電子会議室情報としては、個人ID（議長）、会議室のタイプおよび会議室情報を格納しておけばよい。会議室のタイプには、例えば、実名公開タイプ、顧客匿名タイプ、モデレーテッドタイプ（第3者による司会（議長）が存在する）等を格納するようにしておく。

【0028】メンバーDB42は、メンバーID毎に、メンバー情報を格納して管理するデータベースである。メンバーDB42は、外部キーとして、電子会議室ID、個人IDを備えている。メンバー情報としては、メンバー分類、参加状態等を格納すればよい。

【0029】投稿DB43は、投稿ID毎に、投稿情報を格納して管理するデータベースである。投稿DB43は、外部キーとして、電子会議室ID、関連投稿IDを備えている。投稿情報としては、投稿のタイプ、タイトル、内容、投稿情報等の情報を格納すればよい。

【0030】広告システム10には、ユーザ登録処理21、広告検索処理22、検索による電子会議室の作成処



理23、公募による電子会議室の作成処理24、表示優先順位決定処理25、顧客匿名処理26、広告主匿名処理27および商談内容公開制限処理28のプログラムを備えている。そこで、各処理プログラムについて説明する。

【0031】まず、ユーザ登録処理21を説明する。ユーザ登録処理21は、ユーザ登録要求に応じて、ユーザ情報を細かな業種毎に広告対象DB10に格納するためのプログラムである。

【0032】つぎに、広告検索処理22を説明する。図4は広告検索処理のフローチャートである。同図に示すように、顧客通信端末2から、業務、業種、部署、商品等の検索条件を入力し、プロフィール利用の設定を入力し、ログイン時に保存された会社情報、業種、部署等のプロフィール情報を入力値とともに、広告システム10に送信する。広告システム10では、検索条件の取得と確認処理が実行される。

【0033】プロフィール情報を利用する場合には、セッションテーブル内のプロフィール内のハッシュをベースに、プロフィール情報の改ざん確認が実行される。プロフィール情報が何らかの原因、例えばクラッキングによって改ざんされている可能性があるからである。そして、クライアントとデータベースのハッシュが一致しなければ、顧客通信端末2にエラーメッセージが表示される。このエラーメッセージには、例えば、再ログインが必要であるとの旨が表示されるようにしておけばよい。

【0034】ついで、プロフィール情報を利用する場合も、しない場合も、広告対象DB10のうち、検索条件が一致する広告IDを入札価格順にソートし、バナー広告以外の普通広告を抽出するとともに、バナー広告のレコードから条件が一致するレコードを抽出する。なお、広告システム10に広告対象DB10と同様のデータ構造を備えたテーブルを備えておけば、処理速度が向上するので、好適である。

【0035】そして、抽出されたバナー広告と普通広告は、検索結果として、顧客通信端末2に送信される。

【0036】つぎに、検索による電子会議室の作成処理23を説明する。図5は電子会議室の作成処理フローチャートである。同図に示すように、顧客通信端末2から、必要とするサービス・製品条件の設定を入力し、広告システム10に送信する。広告システム10では、広告対象DB10をベースに、条件の取得と確認と広告の検索処理が実行される。そして、検索結果が顧客通信端末2に送信される。このとき、広告主が電子会議室に参加する条件も送信される。広告主が電子会議室に参加しない設定を行っている場合には、顧客はその商品の広告主の電子会議室参加を依頼できない。

【0037】顧客通信端末2では、必要とするサービス・製品を選択し、この選択結果を広告システム10に送信する。広告システム10では、電子会議室DB41をベ-

スに、電子会議室が作成され、ステータスは参加者募集中となる。広告対象DB10および商品DB16をベースに、選択結果の取得と会議開催通知先が検索される。そして、広告主通信端末3に、電子会議室への参加・不参加の通知依頼が送信される。そこで、広告主は広告主通信端末3から、参加・不参加を選択し、選択結果を広告システム10へ送信する。

【0038】広告システム10では、参加・不参加が処理されて、参加状態がメンバーDB42に格納される。参加・不参加の処理は、全ての対象者に対して実行される。そして、電子会議室のステータスが会議可能となる。ついで、顧客通信端末2および広告主通信端末3のいずれにも、電子会議開始可能通知が通知される。

【0039】つぎに、公募による電子会議室の作成処理24を説明する。図6は公募による電子会議室の作成処理フローチャートである。同図に示すように、顧客通信端末2から、必要とする商品条件の設定を入力して、広告システム10に送信する。広告システム10では、広告対象DB10をベースに、公募条件の取得と確認と広告の検索が実行される。そして、検索結果から公募対象の広告数が顧客通信端末2に送信され、電子会議室の作成が実行される。そして、公募対象へ顧客の入力した公募条件とともに広告主通信端末3に通知される。

【0040】広告主通信端末3には、公募が通知される。そこで、広告主は広告主通信端末3から、参加する場合のみ参加要求を広告システム10に送信する。広告システム10では、電子会議室DB41に参加者が追加される。ついで、電子会議室のステータスが会議可能となる。そして、顧客通信端末2および広告主通信端末3に、電子会議開始可能通知が通知される。

【0041】つぎに、表示優先順位決定処理25を説明する。広告には、普通広告とバナー広告があり、広告表示優先順位を設定する処理はそれぞれ異なる。まず、普通広告表示優先順位の設定処理を説明する。図7は普通広告表示優先順位の設定処理のフローチャートである。同図に示すように、顧客通信端末2において、登録済みの広告を選択する。広告システム10では、広告入札DB21をベースに、この分類の入札は開催されているかどうか判別される。入札が開催されていない場合には、広告入札が作成され、広告入札DB21に格納される。入札が開催されている場合には、顧客通信端末2からの入札設定要求に応じて、入札設定が入札DB22に登録される。そして、顧客通信端末2から入札価格登録要求があると、入札価格が仮登録される。そして、入札DB22をベースに優先順位表示処理されて、顧客通信端末2に現在の優先順位が表示される。顧客が顧客通信端末2で、順位と価格を確認すると、広告システム10では確認処理される。そして、入札価格を変更する場合には、前記入札価格の仮登録を再び行う。入札価格に変更がない場合には、入札DB22に入札価格が登録される。他の入札済み広告の優



先順位に変更があり、入札設定により通知が必要な場合は、顧客通信端末2に、優先順位変更通知が表示される。このようにして、入札DB22に格納された複数の入札価格の高い順に、広告の表示優先順位を決定することができる。

【0042】つぎに、バナー広告表示の設定処理を説明する。図8はバナー広告表示の設定処理のフローチャートである。同図に示すように、顧客通信端末2において、登録済みの広告を選択する。広告システム10では、広告入札DB21をベースに、この分類の入札は開催されているかどうか判別される。入札が開催されていない場合には、広告入札が作成され、広告入札DB21に格納される。入札が開催されている場合には、顧客通信端末2からの入札設定要求に応じて、入札設定が入札DB22に登録される。そして、入札DB22をベースに、現在の落札価格の送信処理により、顧客通信端末2に現在の落札価格が表示される。ついで、顧客通信端末2から入札価格登録要求があると、広告システム10では入札価格が設定される。そして、顧客が顧客通信端末2で入札価格を確認すると、広告システム10では確認処理される。そして、落札不可または入札価格の変更の場合には、前記のように、現在の落札価格が送信される。落札可能かつ入札価格に変更がない場合には、他の入札済み広告の優先順位に変更があり、入札設定より通知が必要な場合には、顧客通信端末2に、優先順位変更通知が表示される。このようにして、入札DB22に格納された複数の入札価格の高い順に、広告の表示優先順位を決定することができる。

【0043】つぎに、図2～3に戻って、顧客匿名処理26を説明する。顧客匿名処理26は、電子会議室DB41の会議室のタイプにより、電子会議室に入室する顧客のプロファイル情報を非公開にするか公開にするかを設定するためのプログラムである。

【0044】つぎに、広告主匿名処理27を説明する。広告主匿名処理27は、電子会議室DB41の会議室のタイプにより、電子会議室に入室する広告主のプロファイル情報を非公開にするか公開にするかを設定するためのプログラムである。

【0045】つぎに、商談内容公開制限処理28は、電子会議室のタイプにより、広告主と顧客との間でやりとりされる商談内容の一部を制限するかしないかを設定するためのプログラムである。

【0046】広告システム10は、ユーザログイン画面W0、ユーザ登録画面W1、W2、W3、W4、W5、W6、検索画面W7、電子会議室画面W8および公募画面W9を備えているが、詳細は後述する。

【0047】つぎに、本実施形態の広告システムの作用効果を説明する。図1に示すように、通信端末から広告システム10にアクセスすると、図9のユーザログイン画面W0が表示される。そこで、ログイン名およびパス

ワードを入力して、ログインボタンをクリックする。

【0048】ログインが許可されると、図10のユーザ登録画面W1が前記通信端末に表示される。そこで、ユーザ基本情報、例えば氏名、会社名、部署名、本店・本社所在地、勤務所在地、メール、電話、FAX、資本金、従業員数等を入力する。そして、次へボタンをクリックする。

【0049】すると、図11のユーザ登録画面W2が前記通信端末に表示される。そこで、業種を選択する。例えば、サービス業、不動産業、金融・保険業、卸売・小売業、飲食店、運輸、通信業、電気、ガス、熱供給、水道業、製造業、建設業、鉱業、漁業、林業、農業、公務（他に分類されないもの）、分類不能の産業などから業種を選択する。

【0050】ついで、図12のユーザ登録画面W3が前記通信端末に表示される。そこで、さらに詳細な業種を設定をする。例えば、ユーザ登録画面W2で金融・保険業を選択した場合には、銀行、信託業、中小企業等金融業、農林水産金融業、政府関係金融機関、貸金業、投資業等非預金信用機関、補助的金融業、金融附帯業、証券業、商品先物取引業、保険業等から業種を選択する。

【0051】図13のユーザ登録画面W4が表示される。そこで、さらに詳細な業種を設定する。例えば、ユーザ登録画面W3で銀行・信託銀行を選択した場合には、普通銀行、信託銀行、長期信用銀行、外国為替銀行等から業種を選択する。

【0052】図14のユーザ登録画面W5が表示される。そこで、登録するかどうかを選択する。登録しない場合には、戻るボタンをクリックし、登録する場合には、登録ボタンをクリックすればよい。

【0053】図15のユーザ登録画面W6が表示される。業種を追加登録するかどうかを選択する。業種を追加しない場合には、しないボタンをクリックし、追加する場合には、するボタンをクリックすればよい。

【0054】つぎに、広告主による入札手続を説明する。広告主が広告に対する広告料金を入札するときには、バナー広告を入札する場合には図19のバナー広告入札画面W10を開いて、または、普通広告を入札する場合には図20の普通広告表示入札画面W11を開いて、広告主通信端末3から入札要求を広告システム10に送信する。広告システム10では、表示優先順位決定手段25によって広告主の入札価格の高低により表示優先順位が決定されるので、入札価格が高ければ高い程、広告表示ページに掲載される広告の表示優先順位は高くなり、顧客に対するアピール度を高くすることができる。つまり、入札価格と顧客アピール度との相関関係を高くすることができるから、需要と供給のバランスにより合理的な価格を設定することができる。したがって、広告主からの入札により広告の価格を設定することができる。また、表示優先順位決定手段によって、表示優先順位が変



更されることにより、広告主は自分が要求する顧客アピール度に応じて入札価格の高低を決めることができる。

【0055】つぎに、広告の検索手続を説明する。広告検索条件を指定すると、図16の検索結果表示画面W7が前記通信端末に表示される。この検索画面W7は、顧客が商品を検索した結果表示画面W7である。なお、検索結果表示画面W7において、検索者のプロフィールにより、広告主が広告対象に設定した顧客にのみ広告が表示できる。

【0056】顧客が検索を行う際に、広告主のプロファイル情報を利用して検索対象を絞り込むことができるので、顧客は個別に広告主のプロファイル情報を調査する必要がなくなり、商品の購入プロセスの効率化が可能となる。つまり、顧客は、広告主のプロファイル情報を検索絞り込み情報とともに利用することにより、別途に調査、検索、情報の参照を行う必要性がなくなり、顧客の利便性を向上させることができる。他方、広告主は、自社の商品を購入しない顧客からの問い合わせを未然に防ぐなどの効果を期待できる。

【0057】逆に、広告主が商品広告を行う際に、顧客のプロファイル情報を利用して広告対象を絞り込むことができるので、広告主は個別に顧客のプロファイル情報を調査する必要がなくなり、商品の広告の効率化が可能となる。つまり、広告主は、顧客のプロファイル情報を広告対象絞り込み情報として利用することにより、別途に調査、情報の参照を行う必要性がなくなり、広告主の利便性を向上させることができる。また同様の仕組みを用いて、予算等に応じて広告対象を絞り込む。

【0058】つぎに、電子会議室の作成手続を説明する。電子会議室を作成したときには、図17の電子会議室画面W8が前記通信端末に表示される。電子会議室画面W8には、会議室名、会議室情報、ステータス等が表示される。また、タイトル、送信先、送信者、日付及び内容等が表示される。

【0059】電子会議室を設けることによって、広告の効果として発生した商談を行うことができ、従来は別途に行う必要のあった商談プロセスをシステム上で行うことができ、顧客と広告主の利便性を向上させることができる。

【0060】公募による電子会議室を作成するときには、図18の公募画面W9が前記通信端末に表示される。公募画面W9には、業種、業務、部署、サービス・製品等が表示される。また、必要なサービス・製品の概要、プロジェクト予算、プロジェクト期間、匿名の利用、公募条件、資本金、従業員数を入力すればよい。

【0061】広告主が広告を登録する際に、広告対象として設定した条件に一致する顧客プロフィールをもつ顧客から商品の募集があった場合に、公募手段によって、広告主は電子会議室の参加依頼通知の設定を行うことができる。これにより、広告主は広告を行うのみではなく

自身が提供する商品を必要とする顧客の公募情報を収集し、必要とあれば顧客と商談することができる。

【0062】つぎに、匿名手続および公開制限手続を説明する。顧客を匿名にしたい場合には、電子会議室作成時に顧客情報を匿名にする設定をする。広告システム10では、顧客匿名処理26によって、顧客を匿名とすることにより、顧客はより本質的に必要とする商品自体の有用性や自社ニーズに対する適合性を考慮した上で商品購入の検討が可能となる。

【0063】広告主を匿名にしたい場合には、電子会議室作成時に広告主を匿名にする設定をする。広告システム10では、広告主匿名処理27によって、広告主を匿名とすることにより、顧客はより本質的に必要とする商品自体の有用性や自社ニーズに対する適合性を考慮した上で商品購入の検討ができる。

【0064】商談内容の公開を制限したい場合には、商談内容の公開レベル、例えば(1)公開、(2)広告主間非公開、(3)モデレーテッド等を設定する。広告システム10では、商談内容公開制限処理28によって、広告主と顧客との間でやりとりされる商談内容を一部非公開にして公開を制限することができるから、広告主は自身が会議室に投稿した情報が競合他社に漏洩する危険を意識することなく安心して商談を電子会議室で行うことができる。

【0065】よって、本実施形態の広告システム10によれば、(1)顧客が広告を検索する際のパフォーマンスを向上させることができ、(2)商品の購入プロセスの効率化が可能となり、(3)広告主は自分が要求する顧客アピール度に応じて広告入札価格の高低を決めることができ、(4)顧客と広告主の利便性を向上させることができ、(5)広告主は広告を行うのみではなく自身が提供する商品を必要とする顧客の公募情報を収集し、必要とあれば顧客と商談することができ、(6)顧客はより本質的に必要とする商品自体の有用性や自社ニーズに対する適合性を考慮した上で商品購入の検討ができ、

(7)顧客が商品や提案の良し悪しをより客観的に判断でき、(8)広告主は自身が会議室に投稿した情報が競合他社に漏洩する危険を意識することなく安心して商談を電子会議室で行うことができる。

【0066】

【発明の効果】請求項1の発明によれば、商品情報と広告情報を分離して管理することにより、1つの商品に対して、顧客に応じて別々の広告を行うことができる。また、広告対象データベースには広告に必要なすべての情報が格納されているため、データベースの複製を作成することにより、容易に複数のデータベースサーバーの設置を行えるので、顧客が広告を検索する際のパフォーマンスを向上させることができる。請求項2の発明によれば、広告対象データベースに広告対象情報が階層化された分類別に格納して管理されているので、広告主が想定



する広告対象を効果的に絞り込んで設定することができる。請求項3の発明によれば、顧客が検索を行う際に、広告主のプロファイル情報を利用して検索対象を絞り込むことができるので、顧客は個別に広告主のプロファイル情報を調査する必要がなくなり、商品の購入プロセスの効率化が可能となる。つまり、顧客は、広告主のプロファイル情報を検索絞り込み情報とともに利用することにより、別途に調査、検索、情報の参照を行う必要性がなくなり、顧客の利便性を向上させることができる。他方、広告主は、自社の商品を購入しない顧客からの問い合わせを未然に防ぐなどの効果を期待できる。請求項4の発明によれば、広告主が商品広告を行う際に、顧客のプロファイル情報を利用して広告対象を絞り込むことができるので、広告主は個別に顧客のプロファイル情報を調査する必要がなくなり、商品広告の効率化が可能となる。つまり、広告主は、顧客のプロファイル情報を広告対象絞り込み情報として利用することにより、別途に調査、情報の参照を行う必要性がなくなり、広告主の利便性を向上させることができる。また同様の仕組みを用いて、予算等に応じて広告対象を絞り込める。請求項5の発明によれば、表示優先順位決定手段によって広告主の入札価格の高低により表示優先順位が決定されるので、入札価格が高ければ高い程、広告表示ページに掲載される広告の表示優先順位は高くなり、顧客に対するアピール度を高くすることができる。つまり、入札価格と顧客アピール度との相関関係を高くすることができるから、需要と供給のバランスにより合理的な価格を設定することができる。したがって、広告主からの入札により広告の価格を設定することができる。また、表示優先順位決定手段によって、定期的に表示優先順位を変更することにより、広告主は自分が要求する顧客アピール度に応じて入札価格の高低を決めることができる。請求項6の発明によれば、電子会議室を設けることによって、広告の効果として発生した商談を行うことができ、従来は別途に行う必要のあった商談プロセスをシステム上で行うことができ、顧客と広告主の利便性を向上させることができる。請求項7の発明によれば、広告主が広告を登録する際に、広告対象として設定した条件に一致する顧客プロフィールをもつ顧客から商品の募集があった場合に、公募手段によって、広告主は電子会議室の参加依頼通知の設定を行うことができる。これにより、広告主は広告を行うのみではなく自身が提供する商品を必要とする顧客の公募情報を収集し、必要とあれば顧客と商談することができる。請求項8の発明によれば、顧客匿名手段によって、顧客を匿名とすることにより、顧客はより本質的に必要とする商品自体の有用性や自社ニーズに対する適合性を考慮した上で商品購入の検討が可能となる。請求項9の発明によれば、広告主匿名手段によって、広告主を匿名とすることにより、顧客はより本質的に必要とする商品自体の有用性や自社ニーズに対する適合性を考

慮した上で商品購入の検討ができる。請求項10の発明によれば、商談内容公開制限手段によって、広告主と顧客との間でやりとりされる商談内容を一部非公開にして公開を制限することができるから、広告主は自身が会議室に投稿した情報が競合他社に漏洩する危険を意識することなく安心して商談を電子会議室で行うことができる。請求項11の発明によれば、広告システムをコンピュータで読み取ることができる。請求項12の発明によれば、広告システムを動作させることができる。

【図面の簡単な説明】

【図1】本実施形態の広告装置1のネットワーク図である。

【図2】広告システム10のデータベース構成図である。

【図3】広告システム10のデータベース構成図である。

【図4】広告検索処理のフローチャートである。

【図5】電子会議室の作成処理のフローチャートである。

【図6】公募による電子会議室の作成処理のフローチャートである。

【図7】普通広告表示優先順位の設定処理のフローチャートである。

【図8】バナー広告表示の設定処理のフローチャートである。

【図9】ユーザログイン画面W0である。

【図10】ユーザ登録画面W1である。

【図11】ユーザ登録画面W2である。

【図12】ユーザ登録画面W3である。

【図13】ユーザ登録画面W4である。

【図14】ユーザ登録画面W5である。

【図15】ユーザ登録画面W6である。

【図16】顧客が商品を検索した結果表示画面W7である。

【図17】電子会議室画面W8である。

【図18】公募画面W9である。

【図19】バナー広告入札画面W10である。

【図20】普通広告表示入札画面W11である。

【符号の説明】

1 広告装置

2 顧客通信端末

3 広告主通信端末

10 広告システム

DB10 広告対象DB

DB11 部署分類DB

DB12 業務分類DB

DB13 業種分類DB

DB14 商品分類DB

DB15 広告DB

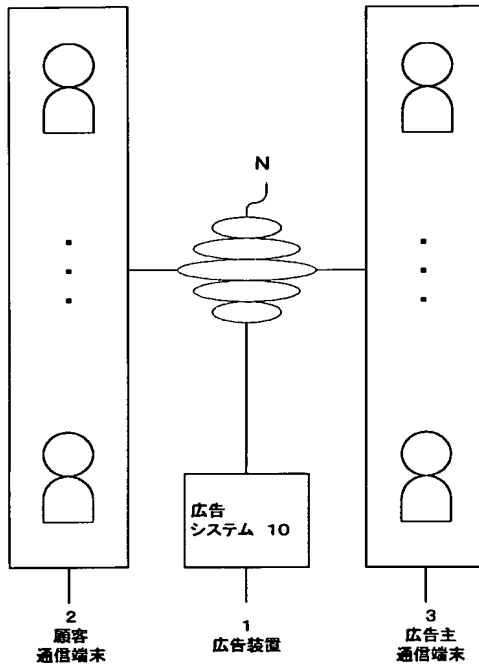
DB16 商品DB



DB21 広告入札DB  
 DB22 入札DB  
 DB31 下位組織DB  
 DB32 ルート組織DB

DB33 個人DB  
 DB41 電子会議室DB  
 DB42 メンバーDB  
 DB43 投稿DB

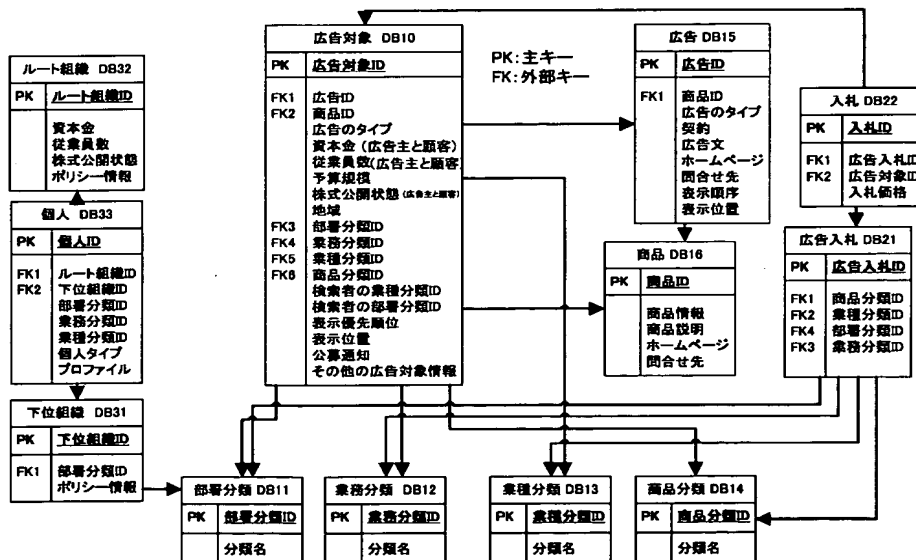
【図1】



【図9】

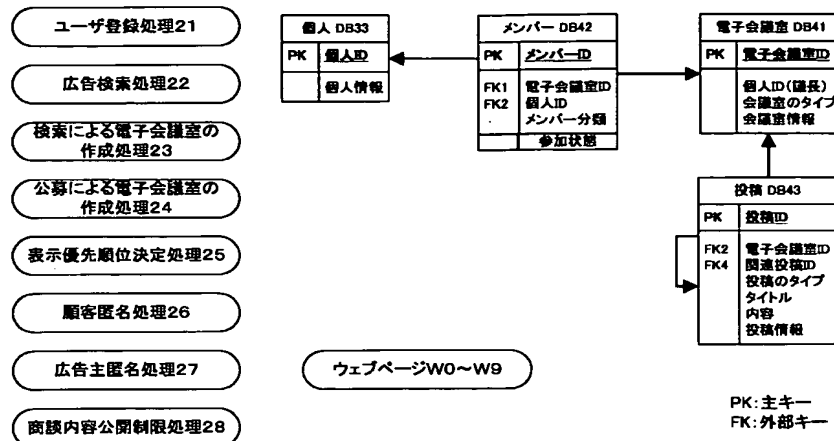
ユーザーログイン画面 W0

【図2】

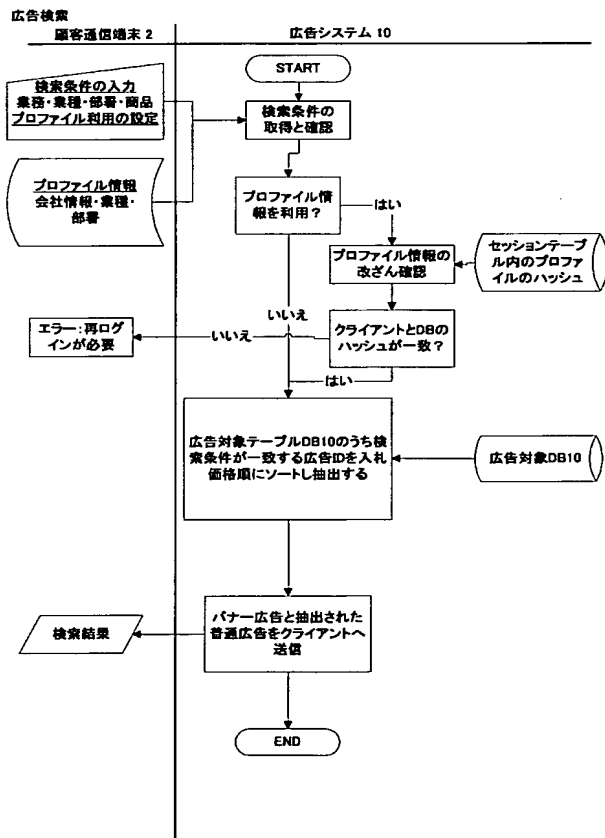




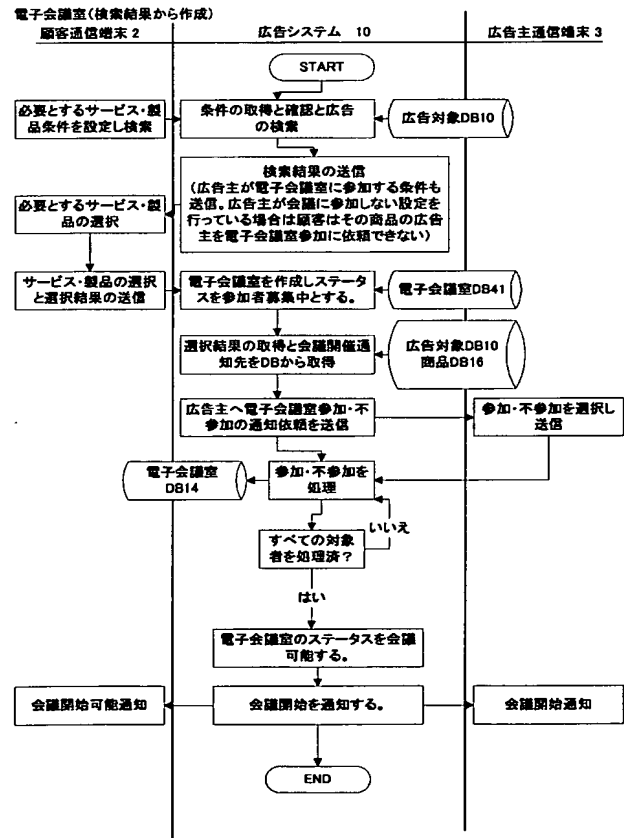
【図3】



【図4】

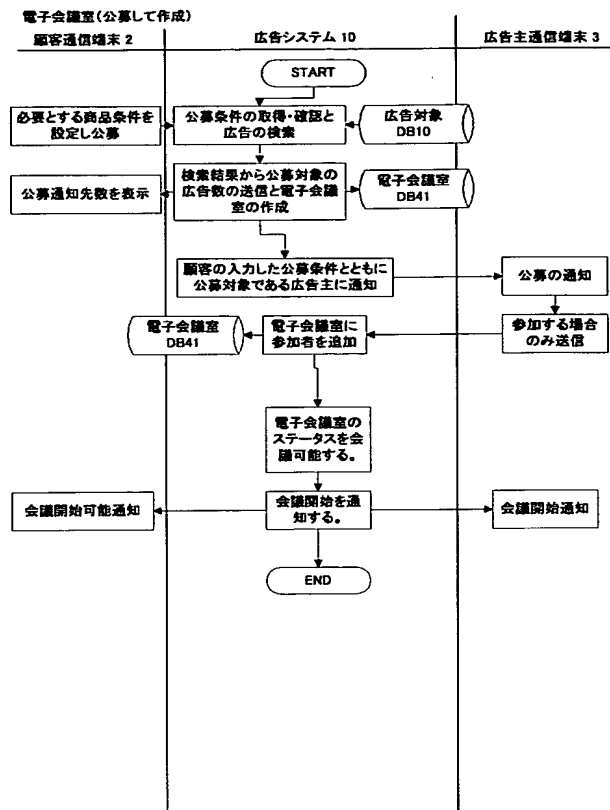


【図5】

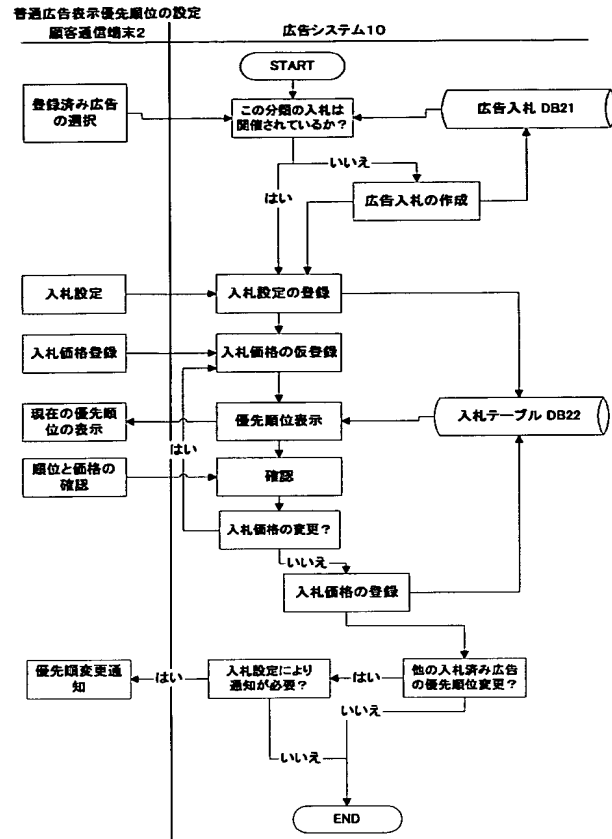




【図6】



【図7】



【図10】

ユーザー登録画面 W1

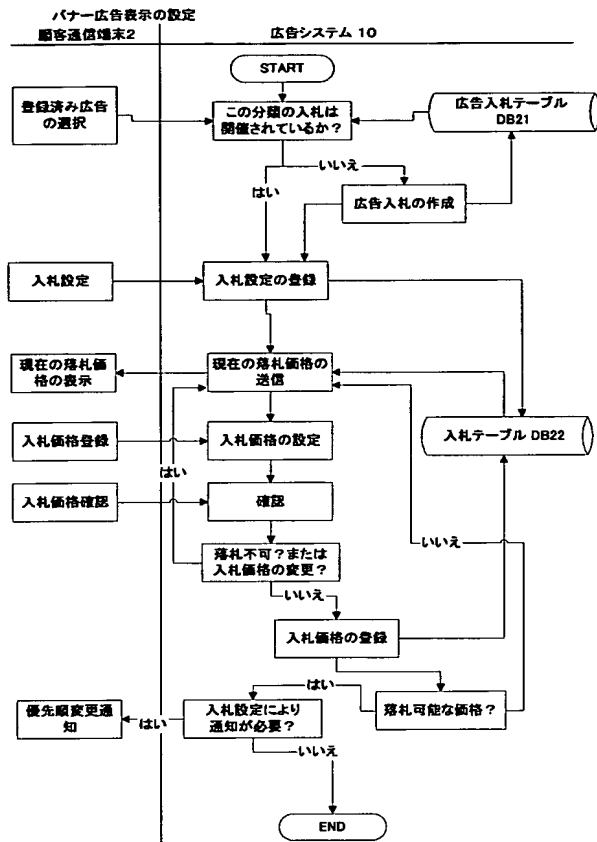
Screenshot of the User Registration Screen W1 (ユーザー登録画面 W1) for YouGetBest.com. The page title is "YouGetBest.com The Solution for Markets". The section is titled "ユーザー登録" (User Registration) and "ユーザー基本情報" (User Basic Information).

氏名		メール	
会社名		電話	
部署名		FAX	
本店・本社所在地		資本金	万円
勤務所在地		従業員数	人

Copyright©2000 Electronic Service Initiative, Ltd. All Rights Reserved.  
株式会社・プライバシー



【图 8】



【图 16】

檢索結果圖面 W7

[illegible]

【図 1 1】

## ユーザー登録画面 W2

# YouGetBest.com

The Solution for Markets

## ユーザー登録

### 業種の設定

- ・ 該当する項目をクリックして選択してください。

サービス業	娯楽業
不動産業	鉱業
食料・保健業	漁業
卸売・小売業	林業
運輸・通信業	農業
電気・ガス・熱供給・水道業	不動産(他に分類されないもの)
製造業	分類不能の産業

Copyright©2000 Electronic Service Initiatives, Ltd. All Rights Reserved.  
利用規約・プライバシー



【図12】

ユーザー登録画面 W3

**YouGetBest.com**  
The Solution for Markets

ユーザー登録

業種の設定 > 金融・保険業  
・該当する項目をクリックして選択してください。

銀行・信託業	証券業
中小企業貸付金融業	
農村金融業	
政府関係金融機関	
貸金業・貸付業等非貸付信用機関	
信託的金融業・金融附帯業	
証券業・商品先物取引業	

Copyright©2000 Electronic Service Initiative, Ltd. All Rights Reserved.  
FORBES・フレイバー

【図13】

ユーザー登録画面 W4

**YouGetBest.com**  
The Solution for Markets

ユーザー登録

業種の設定 > 金融・保険業 > 銀行・信託銀行 > 銀行  
・該当する項目をクリックして選択してください。

信託銀行	
信託銀行	
長期信用銀行	
外国為替銀行	

Copyright©2000 Electronic Service Initiative, Ltd. All Rights Reserved.  
FORBES・フレイバー



【図14】

ユーザー登録画面 W5

**YouGetBest.com**  
The Solution for Markets

---

ユーザー登録

業種の設定 > 金融・保険業 > 銀行・信託銀行 > 銀行 > 普通銀行  
を業種として登録しますか？

☐ はい ☐ いいえ

---

Copyright©2000 Electronic Service Initiatives, Ltd. All Rights Reserved.  
利用規約 プライバシー

【図15】

ユーザー登録画面 W6

**YouGetBest.com**  
The Solution for Markets

---

ユーザー登録

業種を追加登録しますか？

☐ はい ☐ いいえ

---

Copyright©2000 Electronic Service Initiatives, Ltd. All Rights Reserved.  
利用規約 プライバシー



電子会議室画面 W8

Copyright © 2003 Electronic Service Initiative, Ltd. All Rights Reserved.  
株式会社・フライバー

**公募圖面 W9**

Copyright © 2000 Electronic Content Solutions, Ltd. All Rights Reserved.  
000000 - 721477



【図19】

バナー広告入力画面 W10

**YouGetBest.com**  
The Solution for Marketers

バナー広告入力

● バナー広告表示画面の選択

画面 - 画面番号 - 画面

画面 - カスタマイズサポート

画面

サービス・製品 - CRM

・ 大規模システム      ・ コンサルティング

・ CTIシステム

● 入力情報

広告表示期間: 平成12年11月25日(金) ~ 平成12年11月25日(土)

入力金額単位: 100円

現在の表示金額: 10,000 円

入力終了日: 平成12年12月27日(金) 午後12時00分

● 入力

入力金額:  円

【図20】

普通広告表示入力画面 W11

広告表示単位入力

● 広告表示画面の選択

画面 - 画面番号 - 画面

画面 - カスタマイズサポート

画面

サービス・製品 - CRM

・ 大規模システム      ・ コンサルティング

・ CTIシステム

● 入力情報

広告表示期間: 平成12年11月25日(金) ~ 平成12年11月25日(土)

入力金額単位: 100円

上位2000名までの入力金額: 0円 ~ 100円

1	1,000	2	2,000	11	9,000	18	9,000
3	11,000	7	8,000	12	9,000	17	9,000
6	10,000	8	9,000	13	9,000	16	9,000
5	10,000	9	9,000	14	9,000	15	9,000
4	10,000	10	9,000	19	9,000	20	9,000

入力終了日: 平成12年12月27日(金) 午後12時00分

● 入力

入力金額:  円

フロントページの続き

(51) Int.Cl.<sup>7</sup>

G 0 6 F 17/30

識別記号

2 1 0

3 4 0

F I

G 0 6 F 17/30

テーマコード(参考)

2 1 0 D

3 4 0 A

BEST AVAILABLE COPY